Anpreisung einer Garantie ohne Angabe der Garantiebedingung in direkter Nähe unzulässig

Landgericht Düsseldorf

Urteil vom 05.09.2018

Az.: 12 O 204/17

Tenor

Die Beklagte wird verurteilt,

I. es bei Meidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung zu verhängenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 EUR, ersatzweise Ordnungshaft, oder einer Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, zu vollziehen an dem Geschäftsführer der Beklagten, zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr gegenüber dem Verbraucher für E-Bikes

1. blickfangmäßig hervorgehoben eine „Garantie bis zu 5 Jahren“ anzukündigen, sofern nicht in unmittelbarer Nähe des Werbehinweises die Garantiebedingungen klar und unmissverständlich wiedergegeben werden, wenn dies geschieht, wie aus der dem Urteil beigefügten Anlage K4 ersichtlich und dort mit der Ziffer (1) gekennzeichnet,

2. mit der Angabe zu werben „Landesweites Netzwerk mit E-Bike Servicecentern“, wenn dies geschieht, wie aus der dem Urteil beigefügten Anlage K4 ersichtlich und dort mit der Ziffer (2) gekennzeichnet,

3. mit der Wiedergabe von Testurteilen zu werben und hierbei die Fundstelle der Veröffentlichung dem Verbraucher vorzuenthalten, wenn dies geschieht wie bei der in der dem Urteil beigefügten Anlage K4 auf Seite 5 abgebildeten zweiten und dritten Testbewertung vom oberen Seitenrand aus gesehen und dort mit der Ziffer (3) gekennzeichnet,

4. und hierbei die Identität (vollständige Firmierung inklusive Rechtsformzusatz, bei nicht eingetragenen Einzelkaufleuten Vor- und Zuname) des Unternehmers (Sitz des Unternehmens) dem Verbraucher vorzuenthalten,

II. an den Kläger 178,50 EUR nebst Zinsen in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit dem 20.09.2017 zu zahlen.

Im Übrigen wird die Klage abgewiesen.

Die Kosten des Rechtsstreits trägt die Beklagte.

Das Urteil ist gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 32.000,00 Euro vorläufig vollstreckbar.

[Abbildung]

In dem Rechtsstreit

hat die 12. Zivilkammer des Landgerichts Düsseldorf auf die mündliche Verhandlung vom 15.08.2018 durch die Vorsitzende Richterin am Landgericht W, den Richter I und die Vorsitzende Richterin am Landgericht Dr. G für Recht erkannt:

Die Beklagte wird verurteilt,

I. es bei Meidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung zu verhängenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 EUR, ersatzweise Ordnungshaft, oder einer Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, zu vollziehen an dem Geschäftsführer der Beklagten, zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr gegenüber dem Verbraucher für E-Bikes

1. blickfangmäßig hervorgehoben eine „Garantie bis zu 5 Jahren“ anzukündigen, sofern nicht in unmittelbarer Nähe des Werbehinweises die Garantiebedingungen klar und unmissverständlich wiedergegeben werden, wenn dies geschieht, wie aus der dem Urteil beigefügten Anlage K4 ersichtlich und dort mit der Ziffer (1) gekennzeichnet,

2. mit der Angabe zu werben „Landesweites Netzwerk mit E-Bike Servicecentern“, wenn dies geschieht, wie aus der dem Urteil beigefügten Anlage K4 ersichtlich und dort mit der Ziffer (2) gekennzeichnet,

3. mit der Wiedergabe von Testurteilen zu werben und hierbei die Fundstelle der Veröffentlichung dem Verbraucher vorzuenthalten, wenn dies geschieht wie bei der in der dem Urteil beigefügten Anlage K4 auf Seite 5 abgebildeten zweiten und dritten Testbewertung vom oberen Seitenrand aus gesehen und dort mit der Ziffer (3) gekennzeichnet,

4. und hierbei die Identität (vollständige Firmierung inklusive Rechtsformzusatz, bei nicht eingetragenen Einzelkaufleuten Vor- und Zuname) des Unternehmers (Sitz des Unternehmens) dem Verbraucher vorzuenthalten,

II. an den Kläger 178,50 EUR nebst Zinsen in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit dem 20.09.2017 zu zahlen.

Im Übrigen wird die Klage abgewiesen.

Die Kosten des Rechtsstreits trägt die Beklagte.

Das Urteil ist gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 32.000,00 Euro vorläufig vollstreckbar.

Tatbestand

Der Kläger begehrt von der Beklagten die Unterlassung bestimmter Angaben in einem Werbeprospekt für Fahrräder.

Der Kläger ist ein eingetragener Verein, zu dessen satzungsmäßigen Aufgaben die Wahrung der gewerblichen Interessen seiner Mitglieder, insbesondere die Achtung darauf gehört, dass die Regeln des lautereren Wettbewerbs eingehalten werden. Dem Kläger gehören unter anderem die Mitglieder P GmbH & Co. KG, R GmbH, mehrere Unternehmen aus der Automobilindustrie, die Firmen M Dienstleistung GmbH & Co. KG, O GmbH & Co. KG, U GmbH, weiter die Firmen U1 Service GmbH, L GmbH & Co. KG, & X GmbH, sowie zehn Händler für Sportartikel an.

Die Beklagte ist eine Händlerin für Fahrräder mit Sitz in O1, deren geschäftliche Wurzeln in den Niederlanden liegen. Sie brachte eine „Aktionsbroschüre E-Bikes“ (Anlage K4) heraus. Auf Seite zwei der Broschüre warb sie im Fettdruck und mit einem Balken hinterlegt mit der Angabe „Garantie bis zu 5 Jahre*“. Der Sternchenhinweis wird auf Seite drei der Broschüre am rechten Rand und quer zur Leserichtung wie folgt aufgelöst: „Landesweite Garantie an der Stelle. Beim normaler Nutzung und Pflege, 2 Jahre Garantie auf den Akku- und Motorpaket. Preisänderungen und Druckfehler vorbehalten.“ (sic). In der der Klageschrift beigefügten Anlage K4 sind die Garantiebedingungen abgeschnitten und nicht vorhanden. Auf Seite drei der Broschüre heißt es zudem „Landesweites Netzwerk mit E-bike Servicecentern“ und „Service bei Ihnen zu Hause, in ganz NRW!“. Über den beiden Aussagen ist eine vereinfachte Landkarte abgedruckt, die die Niederlande und Nordrhein-Westfalen darstellt. Auf der Karte sind verschiedene Orte mit verschiedenen Symbolen abgebildet. Die Orte O1 und F sind dabei in fettgedruckten Großbuchstaben mit einem hinterlegten Balken hervorgehoben und jeweils mit zwei Symbolen versehen, die ein Fahrrad und einen Schraubenschlüssel abbilden. Wegen der genauen Darstellung wird auf die Anlage K4 verwiesen. Tatsächlich existieren in Nordrhein-Westfalen keine Servicestationen/Servicecenter der Beklagten, sondern lediglich so genannte Testcenter an drei Standorten, in welchen Serviceleistungen nicht erbracht werden. Auf Seite

fünf der Broschüre sind am rechten Rand verschiedene Bewertungssiegel und Testurteile abgebildet, wobei in zwei von drei Fällen die Fundstelle bzw. Quelle nicht angegeben ist. Wegen der genauen Darstellung wird auf die Anlage K4 verwiesen. Auf der Rückseite der Broschüre gibt die Beklagte für Deutschland als Kontaktdaten die Internetseite „T.de“, eine Telefonnummer, sowie die Ortsbezeichnungen O1 und F, jeweils mit Straße und Hausnummer, sowie Öffnungszeiten an. Angaben beispielsweise zur Postleitzahl und Rechtsform finden sich nicht. Wegen der genauen Darstellung wird auf die Anlage K4 verwiesen.

Mit Schreiben vom 31.05.2017 (Anlage K5) mahnte der Kläger die Beklagte wegen der hier streitgegenständlichen und anderen seiner Meinung nach bestehenden Rechtsverstößen ab. Lediglich wegen hier nicht streitgegenständlicher AGB gab die Beklagte eine strafbewehrte Unterlassungserklärung ab. Die hiesige Klage ist der Beklagten am 19.09.2017 zugestellt worden.

Der Kläger beantragt,

I. die Beklagte zu verurteilen, es bei Meidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung zu verhängenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 EUR, ersatzweise Ordnungshaft, oder einer Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, zu vollziehen an dem Geschäftsführer zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr gegenüber dem Verbraucher für E-Bikes

1. blickfangmäßig hervorgehoben eine „Garantie bis zu 5 Jahren“ anzukündigen, sofern nicht in unmittelbarer Nähe des Werbehinweises die Garantiebedingungen klar und unmissverständlich wiedergegeben werden,

2. mit der Angabe zu werben „Landesweites Netzwerk mit E-Bike Servicecentern“,

3. mit der Wiedergabe von Testurteilen zu werben und hierbei die Fundstelle der Veröffentlichung dem Verbraucher vorzuenthalten,

4. und hierbei die Identität (vollständige Firmierung inklusive Rechtsformzusatz, bei nicht eingetragenen Einzelkaufleuten Vor- und Zuname) des Unternehmers (Sitz des Unternehmens) dem Verbraucher vorzuenthalten, jeweils sofern dies geschieht wie in Anlage K4 wiedergegeben, wobei in der Anlage K4 die jeweiligen Verletzungshandlungen mit den Ziffern der jeweiligen Anträge gekennzeichnet sind,

II. die Beklagte zu verurteilen, an ihn 178,50 EUR nebst Zinsen in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit Zustellung der Klage zu zahlen.

Die Beklagte beantragt,

die Klage abzuweisen.

Sie ist der Ansicht, dem Kläger gehöre nicht eine erhebliche Zahl von Unternehmen an, die Waren oder Dienstleistungen gleicher oder verwandter Art auf demselben Markt wie sie vertrieben. Den vom Kläger aufgelisteten Unternehmen könne keine repräsentative Bedeutung für die Fahrradbranche beigemessen werden.

Wegen des weiteren Sach- und Streitstandes wird auf die wechselseitigen Schriftsätze der Parteien nebst den zur Akte gereichten Anlagen Bezug genommen.

Entscheidungsgründe

I.

Die Klage ist zulässig und ganz überwiegend begründet.

1.

Die Klage ist zulässig.

Die Zuständigkeit der Kammer folgt aus §§ 6 Abs. 2, 2 Abs. 1 S. 1 UKlaG i. V. m. § 1 Nr. 1 der „Verordnung über die gerichtliche Entscheidung in Rechtsstreitigkeiten nach §§ 1

und 2 des Unterlassungsklagengesetzes – UklaG (Konzentrations – VO – Unterlassungsklagengesetz – UKlaG)“ NRW vom 02.09.2002. Der Kläger stützt seine Ansprüche auf Bestimmungen des UWG, bei denen es sich – soweit vorliegend maßgeblich – um Vorschriften handelt, die dem Schutz der Verbraucher i. S. d. § 2 Abs. 1 UKlaG dienen.

Der Kläger ist gemäß § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG prozessführungsbefugt, da ihm eine erhebliche Zahl von Unternehmen angehört, die Waren oder Dienstleistungen gleicher oder verwandter Art (Fahrräder und Fahrradzubehör) auf demselben Markt vertreiben, und die behaupteten Zuwiderhandlungen die Interessen seiner Mitglieder berühren.

Dem Kläger gehören unter anderem die Mitglieder P GmbH & Co. KG, R GmbH, mehrere Unternehmen aus der Automobilindustrie, die Firmen M Dienstleistung GmbH & Co. KG, O GmbH & Co. KG, U GmbH, weiter die Firmen U1 Service GmbH, L GmbH & Co. KG, X GmbH, sowie zehn Händler für Sportartikel an. Die vom Kläger zur Akte gereichten Anlagen K3a bis K3h und K12 belegen, dass die Firmen P GmbH & Co. KG, R GmbH, der Autohersteller B, die M Dienstleistung GmbH & Co. KG, die Firma U GmbH, die Firma U1 Service GmbH, die Firma X GmbH, die Firma L GmbH & Co. KG sowie die Firma O GmbH & Co. KG jeweils Fahrräder und Fahrradzubehör vertreiben. Zwar handelt es sich bei diesen Unternehmen nicht um branchenspezifische Unternehmen hinsichtlich des Vertriebs von Fahrrädern nebst Zubehör. Dies ist indes auch nicht erforderlich. Nach ständiger Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs müssen lediglich Unternehmen aus dem Kreis der Mitbewerber auf dem relevanten Markt nach Anzahl und/oder Größe, Marktbedeutung oder wirtschaftlichen Gewicht in der Weise repräsentativ vertreten sein, dass ein missbräuchliches Vorgehen des Verbandes ausgeschlossen werden kann (vgl. BGH GRUR 2007, 610 Rn. 18 – Sammelmitgliedschaft V; BGH GRUR 2007, 809 Rn. 15 – Krankenhauswerbung). Es ist darauf abzustellen, ob die Zahl und wirtschaftliche Bedeutung der Verbandsmitglieder den

Schluss darauf zulässt, dass nicht lediglich Individualinteressen einzelner, sondern objektiv gemeinsame, d.h. kollektive gewerbliche Interessen der Wettbewerber wahrgenommen werden. Dies kann auch bei einer geringen Zahl entsprechend tätiger Mitglieder anzunehmen sein (BGH GRUR 2007, 610 Rn. 18 – Sammelmitgliedschaft V). Es ist nicht erforderlich, dass die Verbandsmitglieder nach ihrer Zahl und ihrem wirtschaftlichen Gewicht im Verhältnis zu allen anderen auf dem Markt tätigen Unternehmen repräsentativ sind (BGH GRUR 2007, 809 Rn. 10 – Krankenhauswerbung; BGH GRUR 2009, 692 Rn. 12 – Sammelmitgliedschaft VI). Es reicht aus, wenn sich im Wege des Freibeweises feststellen lässt, dass es dem Verband nach der Struktur der Mitglieder um die ernsthafte kollektive Wahrnehmung der Mitgliederinteressen geht (BGH GRUR 2009, 692 Rn. 12 – Sammelmitgliedschaft VI). Diese Voraussetzungen sind im vorliegenden Fall erfüllt. Zum Standardsortiment der beiden großen Versandhäuser P GmbH & Co. KG und R GmbH gehören unter anderem Fahrräder nebst Zubehör. Auch ist allgemein bekannt, dass Lebensmitteldiscounter regelmäßig mehrmals im Jahr Fahrräder und Fahrradzubehör anbieten. Gleiches gilt für die Firma U GmbH. Aufgrund der Marktbedeutung und unterschiedlichen Branchenzugehörigkeit der oben genannten Mitglieder des Klägers (Lebensmitteldiscounter, Versandhäuser, Automobilindustrie, etc.) kann ausgeschlossen werden, dass nicht lediglich Individualinteressen einzelner sondern objektiv kollektive gewerbliche Interessen der Wettbewerber wahrgenommen werden. Die Kammer hat vor dem Hintergrund der unterschiedlichen Struktur der Mitglieder des Klägers keine Zweifel daran, dass es dem Kläger um die ernsthafte kollektive Wahrnehmung der Mitgliederinteressen geht. Soweit die Beklagte räumlich für den Bereich Nordrhein Westfalen wirbt, sind die Mitglieder des Klägers auch dort tätig. So sind vor allem die Internetseiten der jeweiligen Unternehmen bestimmungsgemäß auch in Nordrhein-Westfalen abrufbar und ein Großteil der Unternehmen unterhält dort lokale Filialen und Niederlassungen.

Der Kläger ist nach unbestrittenem Vortrag auf Grund seiner personellen, sachlichen und finanziellen Ausstattung auch im Stande, seine satzungsmäßigen Aufgaben der Verfolgung gewerblicher Interessen tatsächlich wahrzunehmen. Da die Beklagte auf dem gleichen Markt tätig ist wie die Mitglieder des Klägers, berührt die Zuwiderhandlung der Beklagten die Interessen der Mitglieder.

2. Die Klage ist ganz überwiegend begründet.

a)

Der Kläger hat gegen die Beklagte gemäß der §§ 8 Abs. 1 S. 1, Abs. 3 Nr. 2, 3 Abs. 1, 5 Abs. 1 S. 2 Nr. 1 und 2 UWG einen Anspruch darauf, es zu unterlassen, blickfangmäßig hervorgehoben eine „Garantie bis zu 5 Jahren“ anzukündigen, sofern nicht in unmittelbarer Nähe des Werbehinweises die Garantiebedingungen klar und unmissverständlich wiedergegeben werden.

aa) Der Kläger ist als eingetragener Verein ein rechtsfähiger Verband i. S. d. § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG, zu dessen satzungsmäßigen Aufgaben die Wahrung und Förderung der gewerblichen Interessen seiner Mitglieder gehört. Dem Kläger gehört eine erhebliche Zahl von Unternehmen an, die Waren oder Dienstleistungen gleicher oder verwandter Art auf demselben Markt wie die Beklagte vertreiben. Insoweit wird auf die obigen Ausführungen verwiesen.

bb) Die Werbung mit der „Aktionsbroschüre E-Bikes“ stellt eine geschäftliche Handlung im Sinne des § 2 Nr. 1 UWG dar, da sie mit dem Absatz der eigenen Fahrräder und zugehörigen Dienstleistungen der Beklagten vor dem Abschluss eines Vertrages objektiv zusammenhängt.

cc) Die konkrete Art der Anpreisung einer „Garantie bis zu 5 Jahren“, wie auf Seite 2 der Aktionsbroschüre vorgenommen, ist unlauter im Sinne des § 5 Abs. 1 S. 2 Nr. 1 und 2 UWG und daher unzulässig.

Eine solche Erklärung wird seitens des angesprochenen Verkehrskreises dahingehend verstanden, der Garantiegeber (die Beklagte) stehe für einen Zeitraum von fünf Jahren ab Kaufdatum für Mängel an der Kaufsache ein. Die Auslobung einer solchen Garantie ist grundsätzlich zulässig, im vorliegenden Fall jedoch irreführend, da nach den Garantiebedingungen, die nicht im unmittelbaren Zusammenhang mit der blickfangmäßig herausgestellten Garantiezusage dargestellt sind, der Garantieuumfang erheblich eingeschränkt wird und nur geringfügige Leistungen versprochen werden, die den Erwartungen der Verbraucher nicht gerecht werden (vgl. Köhler/Bornkamm/Feddersen, 36. Aufl. 2018, § 5 UWG, Rn. 3.194). So wird durch die auf Seite 3 der Broschüre am rechten Rand und quer zur Leserichtung abgedruckten Garantiebedingungen – die in der der Klageschrift beigelegten Anlage K4 abgeschnitten und nicht vorhanden, zwischen den Parteien aber unstreitig sind – die erklärte Garantiedauer von fünf Jahren für wesentliche Teile des Fahrrads, nämlich für den Akku und das Motorpaket – beides unerlässlich für ein E-Bike – erheblich verkürzt. Zudem wird die Garantieerklärung dahingehend eingeschränkt, dass sie nicht gelten soll, sofern der Nutzer das Fahrrad nicht normal benutzt und pflegt. Dies stellt eine erhebliche Beschränkung dar, da die weitreichende Formulierung des Garantieversprechens einen erheblichen Deutungsspielraum zulässt und den Verbraucher vor Schwierigkeiten bei der Beurteilung der Frage stellt, ob ein aufgetretener Mangel noch von der Garantie umfasst ist oder nicht. Diese für die Kaufentscheidung des Verbrauchers maßgeblichen, einschränkenden Faktoren nehmen nicht am Blickfang des abgegebenen 5-jährigen Garantieverprechens teil. Diese konkrete Art der Darstellung ist deshalb geeignet, den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte. Gleiches gilt für die weitere Formulierung „Landesweite Garantie an der Stelle“. Diese Formulierung ist derart unklar, dass der angesprochene Adressat sich hierunter kaum eine konkrete Vorstellung bilden kann. Die Formulierung „an der

Stelle“ wird vom Verbraucher mit einem Vorort-Service am Ort der Niederlassung beim Händler gleichgesetzt werden. Auf Seite 3 der Broschüre heißt es jedoch: „Service bei Ihnen zu Hause, in ganz NRW!“. Dies wiederum spricht für eine Erbringung der Serviceleistung am Wohnsitz des Verbrauchers. Die Garantiebedingung „an der Stelle“ ist somit nicht eindeutig und irreführend.

dd) Die Beklagte hat die durch den Verstoß indizierte Wiederholungsgefahr nicht durch die Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung ausgeräumt.

b)

Der Kläger hat gegen die Beklagte gemäß der §§ 8 Abs. 1 S. 1, Abs. 3 Nr. 2, 3 Abs. 1, 5 Abs. 1 S. 2 Nr. 1 UWG einen Anspruch darauf, es zu unterlassen, mit der Angabe „Landesweites Netzwerk mit E-Bike Servicecentern“ zu werben.

Die Angabe wird vom angesprochenen Adressatenkreis dahingehend verstanden werden, dass sich das Wort „landesweit“ auf das Bundesland Nordrhein-Westfalen beziehen soll. Dies wird deutlich aufgrund der stilisiert dargestellten Karte Nordrhein-Westfalens mit den blickfangmäßig hervorgehobenen Ortsbezeichnungen Ol und Erkrath sowie dem Textzusatz „Kostenlos. Service bei Ihnen zu Hause, in ganz NRW!“.

Tatsächlich existieren in Nordrhein-Westfalen keine Servicestationen/Servicecenter, sondern lediglich so genannte Testcenter an drei Standorten, in welchen Serviceleistungen nicht erbracht werden.

Die Angaben „Landesweites Netzwerk mit E-bike Servicecentern“ täuscht daher über die Verfügbarkeit der angebotenen Dienstleistungen und ist irreführend. Dies ist geeignet, den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte. Die Beklagte hat die Wiederholungsgefahr nicht durch geeignete Maßnahmen ausgeräumt.

c)

Der Kläger hat gegen die Beklagte gemäß der §§ 8 Abs. 1 S. 1, Abs. 3 Nr. 2, 3 Abs. 1, 5a Abs. 2 UWG einen Anspruch darauf, es zu unterlassen, mit den auf Seite 5 der „Aktionsbroschüre E-bike“ am rechten Rand an zweiter und dritter Stelle von oben gesehen abgedruckten Aussagen „Gewinner E-Bike Test Plus Magazine“ nebst darunter befindlichem Siegel und Zitat, sowie „Lobende Reaktionen vom Consumentenbond**“ nebst darunter befindlichem Logo und Zitat zu werben und hierbei die Fundstelle der Veröffentlichung dem Verbraucher vorzuenthalten.

Wirbt ein Unternehmen mit produktbezogenen Testergebnissen, müssen die Verbraucher ohne Weiteres in die Lage versetzt werden, die Angaben über den Test nachzuprüfen. Das setzt voraus, dass eine Fundstelle für den Test angegeben wird und diese aufgrund der Gestaltung der Werbung leicht auffindbar ist (BGH GRUR 1991, 679 – Fundstellenangabe; BGH GRUR 2010, 248, Rn. 30 f. – Kamerakauf im Internet).

Diese Voraussetzungen sind für das zweite und dritte auf Seite 5 der Broschüre von oben gesehen abgedruckte Testurteil nicht erfüllt. Die abgedruckten Testurteile bezeichnen die Fundstelle für den Test bzw. die Bewertung nicht. Dies ist irreführend im Sinne des § 5 lit. a Abs. 2 UWG, da die Herkunft derartiger Testergebnisse und Bewertungen für den Verbraucher maßgeblich ist, um eine zutreffende und informierte geschäftliche Entscheidung treffen zu können. Das Vorenthalten der Fundstellenangabe ist geeignet, den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, der andernfalls nicht getroffen hätte, da die Herkunft der Testergebnisse und Bewertungen Rückschlüsse auf deren Authentizität und Seriosität liefert.

Soweit der Kläger sich gegen das auf Seite 5 der Broschüre an erster Stelle dargestellte Testurteil „ANBW: Bestes E-Bike bis € 2.000,-*“ wendet, ist dafür die Fundstelle „E-Bike Test

ANWB* / kampioen – mai 2015.“ angegeben, wobei der Sternchenhinweis durch einen Verweis auf die niederländische Schwesterorganisation des ADFCs und deren Magazin „Kampioen“ aufgelöst wird. Insoweit liegt eine Irreführung nicht vor. Sofern der Kläger einwendet, die Angabe der Fundstelle sei zu klein gedruckt, bezieht sich dieser Einwand offensichtlich auf den Text innerhalb des abgedruckten Testsiegels. Der Einwand des Klägers greift jedoch nicht durch, da über dem Testsiegel die Fundstelle ausreichend groß und klar lesbar mit dem dargestellten Wortlaut wiedergegeben ist. Sofern der Kläger weiter einwendet, es werde mit einem veralteten Test geworben, da es einen neueren Test aus 2017 gäbe, in dem das betreffende Fahrrad nicht genannt sei, ist dies unschädlich. Nach der Rechtsprechung des BGH ist die Werbung mit einem veralteten Testergebnis nicht als irreführend anzusehen, wenn der Zeitpunkt der Testveröffentlichung erkennbar gemacht wird und die angebotenen Waren den seinerzeit geprüften gleich sind, technisch nicht durch neuere Entwicklungen überholt sind und für solche Waren keine neueren Prüfungsergebnisse vorliegen (BGH, Urteil vom 02.05.1985 – I ZR 200/83 = GRUR 1985, 932 – „Veralteter Test“). So liegt es hier. Der Testzeitpunkt ist mit dem Jahr 2015 benannt und der Kläger hat nicht dargelegt, dass das betreffende Fahrrad technisch weiter entwickelt sei und es für das betreffende Fahrrad neuere Prüfergebnisse gäbe.

Soweit der Kläger sich mit der Klagebegründung gegen das auf Seite 10 der Broschüre oben rechts abgebildete Kreissymbol mit einem Fahrrad in der Mitte und dem am Kreis herumlaufenden Text „NOMINIERT FÜR BESTES E-BIKE 2016“ wendet, ist diese Angabe nicht vom Klageantrag umfasst. Der Kläger hat in der mündlichen Verhandlung klargestellt, dass die jeweiligen angegriffenen Verletzungshandlungen in der in Bezug genommenen Anlage K4 mit den Ziffern der jeweiligen Anträge gekennzeichnet sind. Während sich für den Antrag zu 3) auf Seite 5 der Anlage K4 eine entsprechende handgeschriebene Ziffer 3 im Kreis befindet, ist dies für die Seite 10 der Anlage K4 nicht der Fall.

d)

Der Kläger hat gegen die Beklagte gemäß der §§ 8 Abs. 1 S. 1, Abs. 3 Nr. 2, 3 Abs. 1, 5a Abs. 2 UWG einen Anspruch darauf, es zu unterlassen, ihre Identität dem Verbraucher vorzuenthalten.

Gemäß § 5a Abs. 2 S. 1, Abs. 3 Nr. 2 UWG handelt unlauter, wer dem Verbraucher eine wesentliche Information vorenthält, die der Verbraucher nach den Umständen benötigt, um eine informierte geschäftliche Entscheidung zu treffen, wobei die Identität und Anschrift des Unternehmers als wesentlich gelten, wenn Waren oder Dienstleistungen unter Hinweis auf deren Merkmale und Preis in einer dem verwendeten Kommunikationsmittel angemessenen Weise so angeboten werden, dass ein durchschnittlicher Verbraucher das Geschäft abschließen kann. Die Pflicht zur Information über die Identität des Unternehmers im Sinne von § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG erfordert auch die Angabe der Rechtsform des werbenden Unternehmens (BGH, Urteil vom 18. April 2013 – I ZR 180/12 –, Rn. 11, juris – „Brandneu von der IFA“).

Der Anwendungsbereich des § 5a Abs. 3 UWG ist eröffnet. Mit der „Aktionsbroschüre E-Bikes“ liegt ein Angebot, d. h. eine Aufforderung zum Kauf vor, da der Verbraucher hinreichend über das beworbene Produkt und dessen Preis informiert ist, um eine geschäftliche Entscheidung treffen zu können. Nicht erforderlich ist, dass die kommerzielle Kommunikation auch eine tatsächliche Möglichkeit bieten muss, das Produkt zu kaufen (vgl. EuGH, Urteil vom 12.05.2011, C-122/10, juris).

Die Beklagte enthält dem Verbraucher ihre Identität und Anschrift vor, denn in der Broschüre findet sich keine Angabe zur Rechtsform der Beklagten. Zudem ist die Postleitzahl für die Orte O1 und F nicht angegeben. Diese Informationen sind für den Verbraucher wesentlich, um eine informierte geschäftliche Entscheidung zu treffen. Durch diese Angaben wird der Verbraucher in die Lage versetzt, seine eigene

Entfernung zum Verkäufer sowie den Ruf des Unternehmers im Hinblick auf Qualität und Zuverlässigkeit der von ihm angebotenen Waren oder Dienstleistungen, aber auch dessen wirtschaftliche Potenz, Bonität und Haftung einzuschätzen. Insbesondere die letztgenannten Umstände können auch von der Rechtsform des Unternehmens abhängen (BGH, Urteil vom 18. April 2013 – I ZR 180/12 –, Rn. 13, juris – „Brandneu von der IFA“). Die Entfernung zum Verkäufer und dessen Erreichbarkeit spielen für die Kaufentscheidung des Verbrauchers insoweit eine Rolle, als eine große Entfernung den Verbraucher vom Abschluss eines Geschäfts wegen der mit der Fahrt verbundenen Kosten und Unannehmlichkeiten abhalten kann. Das Vorenthalten der Identität und der Anschrift ist vor diesem Hintergrund auch geeignet, den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die andernfalls nicht getroffen hätte.

Der Beklagten wäre es möglich gewesen, die Angabe der Identität und Anschrift in angemessener Weise in dem verwandten Kommunikationsmittel (der Broschüre) vorzunehmen. Die Broschüre enthält bereits die Ortsbezeichnungen O1 und F, jeweils nebst Straße und Hausnummer. Die Angabe der vollständigen Anschrift inklusive Postleitzahl nebst Angabe des vollständigen Firmennamens nebst Rechtsformzusatz war daneben ohne weiteres möglich.

e)

Der Kläger hat gegen die Beklagte einen Anspruch auf Zahlung von 178,50 EUR für die bei ihm entstandenen Abmahnkosten.

Verbände haben einen Anspruch auf Erstattung ihrer durch die Abmahnung verursachten Personal- und Sachkosten, die pauschaliert geltend gemacht werden können (Köhler/Bornkamm/Bornkamm, 36. Aufl. 2018, UWG § 12 Rn. 1.132).

Die angesetzten Kosten von 178,50 EUR sind dabei der Höhe nach

nicht zu beanstanden, da die Pauschale für die Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs (Wettbewerbszentrale), die einen umfangreichen gemeinnützigen Zweckbetrieb für den Abmahnbereich unterhält, derzeit nach einhelliger Rechtsprechung bei 230,00 EUR zzgl. 7 % MwSt. liegt.

Die vorliegend beanspruchten Kosten ergeben sich auch aus einer vom Kläger vorgenommenen konkreten Kostenermittlung, die von der Beklagten nicht angegriffen wurde.

f)

Der Zinsanspruch folgt aus §§ 291, 288 Abs. 1 S. 2 BGB. Rechtshängigkeit trat am 19.09.2017 ein.

II.

Die prozessualen Nebenentscheidungen folgen aus den §§ 92 Abs. 2 Nr. 1, 709 S. 1, 2 ZPO.

Das Gericht hat der Beklagten die Kosten voll auferlegt, da die Zuvielforderung des Klägers hinsichtlich des auf Seite 5 der Broschüre ganz oben abgebildeten Testurteils verhältnismäßig geringfügig war und keine höheren Kosten veranlasst hat.